

УДК 338.482

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОГО ТУРОПЕРЕЙТИНГУ

О.С. Терещук

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

У статті дано характеристику аспектам виникнення і розвитку туроперейтинга як принципово нового для України виду комерційної діяльності. Аналізується динаміка змін кількості туроператорів, а також причини банкрутства деяких із них, досліджуються основні проблеми, які заважають туроператорській діяльності, зокрема в сфері виїзного туризму. Автор дає оцінку серйозності існування туроператорів, виходячи з кардинальних змін у законодавстві та із проблеми активного розвитку самостійного туризму, що несе реальну загрозу розвитку туристичного бізнесу. Здійснено дослідження стану розвитку туроператорських підприємств України на сучасному етапі. Результати роботи свідчать про існування низки проблем, головними з яких є: недостатня підтримка з боку держави, відсутність сприятливих умов для розвитку туристичної галузі, в тому числі державної інвестиційної політики у сфері туризму, різне відомче підпорядкування туристичних та курортно-рекреаційних ресурсів, відсутність ефективної системи захисту прав та інтересів туристів, нестача власних грошових коштів у туристичних підприємств, неплатоспроможність споживачів туристичних послуг, недосконалість правових актів, що регулюють туристичну діяльність.

Ключові слова: туроперейтинг, туроператор, туроператорська діяльність, проблеми, банкрутство.

Постановка проблеми. На початку 90-х рр. ХХ ст. в Україні почав складатися цивілізований туристичний ринок. Він істотно впливає на сучасний стан, економіку багатьох країн і регіонів світу. Туристична галузь завдяки стрімким тем-

пам зростання перетворилася на одну з важливих складових світової економіки. На сферу туризму припадає близько 12 % від світового валового продукту, понад 30 % від обсягів світової торгівлі послугами та 11 % від світових споживчих витрат, 7 % від загального обсягу інвестицій та 5 % від усіх податкових надходжень. Такіх результатів світовий туризм досяг завдяки стабільному та безперервному розвитку протягом усієї другої половини ХХ ст. Проте у ХХІ ст. через природні катаклізми, світову фінансову кризу та політичну нестабільність у популярних туристичних регіонах саме дана галузь останніми роками характеризується гучними банкрутствами туроператорських компаній у різних країнах світу, в тому числі і в Україні, що негативно впливає на розвиток економіки будь-якої країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням діяльності туристичних підприємств займаються багато вчених [1–2; 4]. Проте недостатньо висвітленим залишається визначення особливостей туроператорської діяльності. Увага зосереджується лише на деяких аспектах (наприклад, алгоритмізації роботи туристичного оператора) [5].

Метою статті є виявлення сутності туроператорської діяльності та визначення основних проблем роботи туроператорів в Україні.

Результати дослідження. Вперше термін «туроперейтинг» на туристичному ринку був введений у 2000 р. к.п.н. О.М. Ільїною. У статті «Вузлова функція туроперейтинга в розвитку російського туризму» було дано формальне визначення туроперейтингу як виду туристичного підприємництва по комплектації турів з послуг, пропонованих партнерськими організаціями-надавачами послуг (транспортними компаніями, готельними

підприємствами, екскурсійними, розважальними підприємствами і т.д.) [4]. Однак, як вказує далі автор, поняття «туроперейтинг» значно ширше і передбачає надання туристам як основних (пакет туру), так і додаткових (споживаних на місці за готівковий розрахунок) послуг.

У світовій практиці туроператорами називають:

- «туристичні організації (підприємства, які мають власні або орендовані засоби туристичного обслуговування і пропонують своїм клієнтам комплекс послуг»;

- «підприємства, які поєднують дві або більше туристичні послуги, такі як транспорт, проживання, харчування, розваги та екскурсії і продають їх через туристичні агентства або безпосередньо кінцевим споживачам як єдиний продукт по єдиній ціні [4]».

Згідно із Законом України «Про туризм» (в редакції від 09.11.2013 р.) туристичні оператори – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких основною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних і супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність [3].

За радянських часів міжнародний туризм був монополією Державного комітету СРСР з іноземного туризму (Держкомінтурист), який вирішувало всі питання, пов'язані з виїздом радянських громадян за кордон. Держкомінтурист, в тому числі, визначав порядок укладення договорів з іноземними партнерами, питання страхування туристів, вимоги до персоналу, який обслуговує іноземних туристів та інше. Молодіжним іноземним туризмом займалося Бюро міжнародного молодіжного туризму «Супутник». На початку 90-х рр. минулого століття в Україні з'явилося і стало активно розвиватися принципово нове покоління туристичних фірм, кожна з яких самостій-

но формувала, просувала і реалізовувала свій туристичний продукт.

Основними причинами такої активності були:

- ліквідація Держкомінтуриста СРСР в 1989 р.;

- припинення «холодної» війни між соціалістичними і капіталістичними країнами;

- зняття українською владою обмежень на виїзд за кордон;

- легалізація комерційної діяльності на всьому пострадянському просторі;

- наявність величезного відкладеного попиту українських громадян на поїздки за кордон;

- зміна структури споживання населення на користь непродовольчих товарів і послуг;

- поступове розширення прошарку населення, що володіє достатньою платоспроможністю для закордонної подорожі [10].

Зараз практично неможливо знайти і проаналізувати статистичні дані за кількістю туристичних компаній, що працювали в ті роки, тому що багато хто з них стрімко з'являвся на туристичному ринку і також стрімко зникав, а вітчизняна статистика туризму ніколи не була здатна надати достовірну оцінку ринку туристичних послуг. Мізерні відомості, що дійшли з тих часів до сьогоднішніх днів, свідчать про те, що менше 1 % туристичних фірм збереглися і не поміняли своєї назви з 1993 р. [10].

Проте, не дивлячись на численні проблеми сучасного українського туроперейтингу, які будуть проаналізовані далі, в останні роки спостерігалось неухильне зростання кількості туроператорів, зареєстрованих в Ліцензійному реєстрі суб'єктів туроператорської діяльності Міністерства економічного розвитку та торгівлі України. Щорічно кілька сотень туроператорів виключалися з реєстру, а кілька сотень нових туроператорів вносили до нього свої відомості (табл. 1).

На відміну від радянських часів,

Таблиця 1

Кількість туроператорів в Ліцензійному реєстрі суб'єктів туроператорської діяльності Міністерства економічного розвитку та торгівлі України в 2011–2014 рр. [6–9]

Показники	2011	2012	2013	2014
Кількість туроператорів, одиниць	877	892	945	667
Дохід туроператорів від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку і аналогічних обов'язкових платежів), тис. грн	4421724,8	6035015,7	5815990,8	5129201,9

коли усі товари і послуги, в тому числі і подорожі за кордон, були в тотальному дефіциті, в даний час на російському туристському ринку, перенасиченому туристськими пропозиціями численних туроператорів, йде жорстока конкурентна боротьба за кожного клієнта, яка змушує провідних гравців вдаватися до демпінгу цін. Ця проблема сучасного російського туроперейтинга не могла не позначитися на стійкості деяких туристичних фірм.

Практика банкрутства туроператорів України не насичена такою кількістю прикладів як Росія. Здійснений аналіз показує, що українські споживачі туристичних послуг страждають частіше від банкрутства іноземних приймаючих туроператорів (Туреччини, Єгипту, Росії).

За останні п'ять років найбільш помітними для українського туристичного ринку були заяви про припинення діяльності таких туроператорів:

- влітку 2010 р. вибухнув скандал з крахом величезної туристичної компанії «Карія Тур», яка залишила тисяч туристів без будь якої компенсації;

- «Ільтур» (червень 2014 р.);

- «News Travel» (січень 2015 р.), яка на сайті своєї компанії повідомила, що призупиняє свою діяльність внаслідок ряду причин, серед яких: різке падіння попиту та купівельної спроможності громадян, суттєвий ріст курсу валют, негативна політична ситуація в Україні на протязі усього 2014 р. Туроператор гарантував забезпечення туристів, які знаходилися на відпочинку, квитками для

повернення в Україну.

Слід відзначити, що мінімального фінансового забезпечення відповідальності туроператора виїзного туризму в розмірі 20 тис. євро при середній ціні туристичного продукту 800–900 євро вистачає лише на виплати 20–25 туристам, тоді як решту залишаються ні з чим. В зв'язку з цим багато українських експертів туристичного ринку вказують на необхідність удосконалення даної норми спеціального закону, що збільшить відповідальність туроператора і захистить споживача.

Представники української туріндустрії, коментуючи цю ситуацію, відзначають, що туризм, всупереч загальній думці, дуже ризикова і ненайменш прибуткова сфера діяльності, що у багатьох туроператорів відсутня культура ведення бізнесу, в результаті чого грошима клієнтів оплачуються не їх поїздки, а старі борги [10]. В результаті компанії приходять до великого «касового розриву» та змушені оголошувати себе банкрутами.

За прогнозами спеціалістів туристичного бізнесу, в найближчі 3–5 років більшість дрібних і середніх туроператорів припинять своє існування, і на туристичному ринку України замість нині діючих 667 туроператорських компаній залишиться набагато менше. У порівнянні з 2013 роком кількість туроператорів вже зменшилася на 278 одиниці (29,5 %).

Згідно даних першого українського онлайн-журналу для професіоналів турбізнесу, до числа-10 туроператорів виїзного туризму України увійшли:

TEZ Tour, TUI+Turtess, Pegas Touristik, Anex Tour, Join UP, News Travel, Travel Professional Group, Coral Travel, Natalie Tours, Mouzenidis Travel [10]. Оцінка проводилася за кількістю туристів, що скористалися послугами туроператорів. Найчастіше, популярність туроператорів залежить від таких факторів: ціни, професійного обслуговування, порядності, терміну роботи на ринку та інше.

При аналізі територіальної структури слід зазначити, що в кожній області кількість туроператорів сильно відрізняється. У регіонах з більшою часткою населення, більшою площею і більш високим рівнем урбанізації є потенційно більш високим попит на туристичні послуги, і, звичайно ж, було зареєстровано більше суб'єктів тур операторської діяльності. Крім того, кількісні зміни, що спостері-

Таблиця 2

Кількість туроператорів за регіонами в 2011–2014 рр. [6–9]

Регіони	2011	2012	2013	2014
Україна	877	892	945	667
АР Крим	129	94	91	-
Вінницька область	11	20	9	11
Волинська область	15	16	15	15
Дніпропетровська область	27	28	32	21
Донецька область	37	33	31	4
Житомирська область	4	7	6	4
Закарпатська область	18	21	19	16
Запорізька область	17	14	13	10
Івано-Франківська область	21	21	22	22
Київська область	281	356	463	390
Кіровоградська область	6	5	4	4
Луганська область	2	1	2	0
Львівська область	60	68	62	52
Миколаївська область	6	6	8	6
Одеська область	116	90	57	40
Полтавська область	4	2	2	1
Рівненська область	9	9	8	6
Сумська область	5	4	5	5
Тернопільська область	12	10	10	10
Харківська область	17	13	13	9
Херсонська область	5	7	7	7
Хмельницька область	3	5	4	3
Черкаська область	7	8	8	6
Чернівецька область	30	29	28	24
Чернігівська область	3	3	3	1
м. Севастополь	34	24	23	-

гаються в окремі періоди, аналогічні територіальній структурі. Більшість туроператорів і туристичних агентств в 2014 р. було зареєстровано в Київській області – 390 підприємств, на їх частку припадає понад 58 % всіх туроператорів України. На другому місці з набагато меншим числом підприємств – Львівська та Одеська області, де число підприємств було 52 та 40, відповідно, що склало 7,8 % 6,0 % від

аналізованих суб'єктів туроператорської діяльності. Необхідно відмітити значне зниження тур операторських компаній України у зв'язку з анексією Криму та територій Донецької й Луганської областей.

У Луганській області взагалі припинили діяльність усі туроператорські компанії, а в Донецькій області з 34 суб'єктів, що існували у 2013 р. на ринку

Таблиця 3

Частка туроператорів по регіонах за 2011–2014 рр. (%) [6–9]

Регіони	2011	2012	2013	2014
Україна	100	100	100	100
АР Крим	14,70	10,54	9,63	–
Вінницька область	1,25	2,24	0,95	1,65
Волинська область	1,71	1,79	1,59	2,25
Дніпропетровська область	3,07	3,14	3,39	3,15
Донецька область	4,21	3,7	3,28	0,6
Житомирська область	0,46	0,78	0,63	0,6
Закарпатська область	2,05	2,35	2,01	2,4
Запорізька область	1,94	1,57	1,38	1,5
Івано-Франківська область	2,4	2,35	2,33	3,3
Київська область	31,82	39,7	49	58,5
Кіровоградська область	0,49	0,56	0,42	0,6
Луганська область	0,23	0,11	0,21	0
Львівська область	6,85	7,62	6,56	7,8
Миколаївська область	0,68	0,67	0,85	0,9
Одеська область	13,23	10,09	6,03	6,0
Полтавська область	0,46	0,22	0,21	0,14
Рівненська область	0,23	10,01	0,85	0,9
Сумська область	0,57	0,45	0,53	0,75
Тернопільська область	1,37	1,12	1,1	1,5
Харківська область	1,94	1,45	1,4	1,35
Херсонська область	0,57	0,78	0,74	1,05
Хмельницька область	0,34	0,56	0,42	0,45
Черкаська область	0,8	0,9	0,85	0,9
Чернівецька область	3,4	3,25	2,96	3,6
Чернігівська область	0,34	0,34	0,32	0,15
м. Севастополь	3,88	2,69	2,43	–

туристичних послуг залишилися лише 4. І найменше зареєстрованих туроператорів було в Полтавській та Чернігівських областях у кожній по 1 суб'єкту на туристичному ринку.

Ще одну серйозну загрозу для сучасного українського туроперейтингу представляє та ще набирає все більших обертів самостійний туризм. За різними оцінками, від 8% до 10% українських мандрівників вирушають за кордон, не вдаючись до допомоги туроператорів і турагентів. З одного боку, авіаквиток на прямий рейс, придбаний через оператора, буде коштувати трохи дешевше, з іншого боку - можна вибрати рейс з пересадкою, скористатися послугами менш відомого перевізника або полетіти в інший день, коли квитки дешевше. Варіантів безліч, і сервіси онлайн-бронювання авіакомпаній дозволяють з легкістю вибрати будь-який з них. Зараз існує чимало IDS (Інтернет Системи Бронювання), відомих також як ADS (Альтернативні системи бронювання), як англо-, так і російськомовних, що надають послуги з бронювання туристичних послуг приватним клієнтам, наприклад: Expedia.com, Orbitz.com, Priceline.com, HRS.com, Hotels24.ua.

Експерти сервісу онлайн-бронювання Tickets.ua опублікували цікаву статистику, пов'язану з самостійними туристами. Найпопулярнішими напрямками для самостійних подорожей серед українських туристів є: Польща, Угорщина, Іспанія, Італія, Латвія, Німеччина, Франція, Росія, Чехія та Таїланд. За словами експертів, європейські напрямки користуються більшою популярністю через доступність цін на проживання і невисоку вартість перельоту в більшості європейських міст. А, наприклад, при виборі для відпочинку в Польщі українські туристи керуються високою ймовірністю отримання піврічної шенгенської мультивізи, яка дає право неодноразово подорожувати не тільки Польщею, але й іншими країнами, що входять до шенген-

ської зони.

Однак існує безліч причин, за якими більшість потенційних туристів не займається самостійним плануванням і бронюванням своєї майбутньої поїздки, а все-таки звертається до туроператорів або турагентів, в тому числі:

- складність оформлення віз;
- тарифи на транспортні, готельні та ін. туристичні послуги в системах ADS (IDS) нерідко вище, ніж у туроператорів;
- брак часу і терпіння на самостійне вивчення напрямків майбутньої поїздки та асортименту і вартості пропонованих послуг;
- недостатня компетентність при виборі певних курортів або туристських центрів, незнання або поверхове знання умов бронювання, використання, скасування конкретних туристичних послуг;
- недовіра до суб'єктивних відгуків туристів на численних туристських форумах, потреба в кваліфікованій консультації досвідченого фахівця.

Висновки. Підводячи підсумок з даної теми, слід сказати, що підприємств, які працюють в сфері виїзного туризму, стане менше. Реально на туроператорському ринку повинні залишитися тільки ті компанії, які здійснюють діяльність з формування турпродукту. На даний момент всього близько 100 найбільших туроператорів обслуговують 50 % всіх туристів. Ті ж, хто більшою мірою займаються турагентською діяльністю, сконцентруються на ній і будуть добре виконувати свою роботу. Як все це позначиться на величині туристського потоку, вартості туристичних продуктів майбутнього літнього сезону і якості обслуговування туристів, стане зрозуміло вже найближчим часом.

Слід зазначити, що в 2010–2015 рр. ситуація в індустрії туризму швидко змінюється. Природа туризму робить цей сектор чутливий до коливань погоди, економічних і соціально-політичних явищ. В аналізованому періоді виділені кілька важливих факторів, які суттєво

впливають на індустрію туризму.

Крім того, з даного дослідження випливають такі висновки щодо перспектив розвитку ринку для туроператорів України, а саме:

– існує високий ризик дефолту, і, отже, ми бачимо істотний симптом банкрутства туроператорів;

– існує необхідність розширити нові правила фінансової безпеки туроператорського сектора України;

– несприятлива політична ситуація в Україні і у світі.

Вирішення цих проблем має позитивно позначитися на туристичному ринку України. Проте багато проблем, які не в компетенції туроператорів – це політична та економічна ситуації.

Література

1. Данильчук В.Ф. Особенности формирования и развития туристических предприятий : монография / В.Ф. Данильчук. – Донецк : НАН Украины. Ин-т. економіки пром-сти, 2006. – 240 с.

2. Ильина Е.Н. Узловая функция туроперейтинга в развитии Российского туризма / Е.Н. Ильина // Теория и практика физической культуры: Научно-теоретический журнал. – 2000. – № 8.

3. Закон України «Про туризм» станом на 09.11.2013 № 324/95 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – 300 с. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak.htm.

5. Попов В.А. Анализ и разработка алгоритмической модели туроператора / В.А. Попов, М.В. Миланов, А.К. Дорошенко // Радиоэлектронні і комп'ютерні системи. – 2014. – № 1 (65). – С. 170–174.

6. Туристична діяльність в Україні у 2011 році : стат. бюл. / [відп. за вип. І. В. Калачова]. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 76 с.

7. Туристична діяльність в Україні у 2012 році : стат. бюл. / [відп. за вип. І. В. Калачова]. – К. : Державна служба статистики України, 2013. – 272 с.

8. Туристична діяльність в Україні у 2013 році : стат. бюл. / [відп. за вип. І. В. Калачова]. – К. : Державна служба статистики

України, 2014. – 272 с.

9. Туристична діяльність в Україні у 2014 році : стат. бюл. / [відп. за вип. І. В. Калачова]. – К. : Державна служба статистики України, 2015. – 76 с.

10. Режим доступу : <http://www.hotline.travel>

Tereshchuk O.S. KEY ISSUES OF UKRAINIAN TOUR OPERATING.

The article characterizes the historical aspects of the emergence and development of tour operating as a type of business which is fundamentally new in Ukraine. The dynamics of changes in the number of tour operating companies as well as the reasons for the bankruptcy of some of them are analyzed, the main problems hindering the tourist activity are examined, particularly in out-bound tourism. The author assesses the seriousness of threats to Ukraine business caused by emanating from the dramatic changes in legislation and independent tourism being actively developed. Results of researches testify to existence of a number of problems, main from which are: instability of tax system, insufficient support from the state, lack of favorable conditions for development of tourism industry, including the state investment policy in the sphere of tourism, lack of a holistic and complex command and control system of use of tourist and recreational resources of the country, different departmental submission of tourist, resort and recreational resources, lack of effective system of protection of the rights and interests of tourists, providing a safe environment on objects of tourist visits and directions of tourist routes, a lack of own funds at the tourist enterprises, insolvency of consumers of tourist services, imperfection of legal acts regulating tourist activity, an unsatisfactory status of tourism infrastructure, deficiency of investments, poor quality of a national tourist product and so forth.

Key words: *tour operating, tour, tour operator activities, problems, bankruptcy.*

Терещук О.С. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УКРАИНСКОГО ТУРОПЕРЕЙТИНГА. В статье характеризуются исторические аспекты возникновения и развития туроперейтинга как принципиально нового для Украины вида коммерческой деятельности. Анализируется динамика изменения количества туроператоров, а также причины банкротства некоторых из них, исследуются основные проблемы, препятствующие туроператорской деятельности, особенно в сфере выездного туризма. Проведено исследование состояния развития туроператорских компаний Украины на современном этапе. Результаты работы свидетельствуют о существовании ряда проблем, главными из которых являются: недостаточная поддержка со стороны государства, в том числе государственной инвестиционной политики в сфере туризма, отсутствие эффективной системы защиты прав и интересов туристов, недостаток собственных денежных средств у туристических предприятий, неплатежеспособность потребителей туристических услуг, несовершенство правовых актов, регулирующих туристическую деятельность, нестабильная политическая ситуация в Украине.

Ключевые слова: туроперейтинг, туроператор, туроператорская деятельность, проблемы, банкротство.